

## 2 Untersuchungsanlage

---

Dieses Kapitel wurde bei Erstveröffentlichung ohne die korrekte Creative Commons Lizenz veröffentlicht. Die korrekte Lizenz finden Sie am Ende des Kapitels. Ein Erratum zu diesem Kapitel ist verfügbar unter DOI [10.1007/978-3-658-12533-2\\_14](https://doi.org/10.1007/978-3-658-12533-2_14)

© SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH 2016  
M. Calmbach et al., *Wie ticken Jugendliche 2016?*,  
DOI 10.1007/978-3-658-12533-2\_2

## 2.1 Zentrale Forschungsfragen

Wie in den letzten beiden Studien der Reihe „Wie ticken Jugendliche?“ (2008, 2012) ist auch das Ziel der Untersuchung 2016 wieder, die Altersgruppe der 14- bis 17-Jährigen in Deutschland möglichst dicht in ihrer Vielfalt zu beschreiben. Eine der Hauptaufgaben der Studie ist es daher, der Frage auf den Grund zu gehen, welche jugendlichen Lebenswelten es gibt und wie Jugendliche in diesen Welten ihren Alltag (er)leben. Die forschungsleitenden Fragen dazu lauten:

- Was ist Jugendlichen in den verschiedenen Lebenswelten wichtig im Leben? An welchen Werten orientieren sie sich?
- Wie blickt man in den einzelnen Lebenswelten in die Zukunft? Wie möchte man später leben? Welche Hoffnungen, Ängste und Sorgen hat man?
- Wie gestalten die verschiedenen Gruppen ihre Freizeit? Welche lebensweltspezifischen kulturellen Vorlieben und Hobbies zeigen sich?
- Welche Vorbilder hat man?
- Was sind typische Merkmale der Vergemeinschaftung und Abgrenzung in den jugendlichen Lebenswelten?

Wie in den Vorgängerstudien werden auch in der aktuellen Ausgabe neue inhaltliche Schwerpunkte gesetzt. Neben der Exploration der verschiedenen Lebenswelten rücken folgende Themen in den Fokus:

### Digitale Medien und digitales Lernen

- Welche Bedeutung hat das Internet im Leben?
- Welche digitalen Medien nutzt man und warum?
- Wo bzw. wie lernt man den Umgang mit digitalen Medien, insbesondere mit dem Internet?
- Welche Rolle spielen digitale Medien in der Schule bzw. beim Lernen? Welche Wünsche hat man diesbezüglich an die Schule?

- Wie schätzen Jugendliche die Bedeutung des Internets bzw. digitaler Medien in der Zukunft ein?

## **Mobilität**

- Welche Verkehrsmittel nutzen Jugendlichen im Alltag?
- Welche Perspektive haben Jugendliche auf Mobilität? Sind Jugendliche gerne unterwegs, und in welchem geografischen Radius spielt sich ihr Leben ab?
- Welches Image haben die öffentlichen Verkehrsmittel heute unter Jugendlichen?
- Welche Rolle spielen der Auto-Führerschein und ein eigenes Auto für junge Menschen heute?
- Was hält man von (Car-)Sharing-Angeboten?
- Wie stellt man sich die Zukunft der Mobilität und ganz konkret eine Zukunft mit selbstfahrenden Autos vor?

## **Umweltschutz, Klimawandel und kritischer Konsum**

- Wie nehmen die Jugendlichen die Themen Umweltschutz und Klimawandel wahr?
- Zu welchem Engagement für Umwelt- und Klimaschutz sind sie bereit?
- Wie stehen sie zu „kritischem Konsum“?

## **Liebe und Partnerschaft**

- Welche Erfahrungen haben Jugendliche mit Verliebtheit, Liebe und Partnerschaft gemacht?

- Welche Beziehungsideale haben sie und welche Beziehungen streben sie an?

## **Glaube und Religion**

- Welche Rolle spielt (religiöser) Glaube im Leben? Wo bzw. wie zeigt er sich im Alltag? Hat der Glaube eine institutionelle Bindung?
- Was bekommen Jugendliche von religiös motivierten Konflikten auf der Welt mit und was denken sie darüber?
- Welche Rolle spielt die Religion im Freundeskreis?

## **Geschichtsbilder**

- Was verbinden Jugendliche mit „Geschichte“? Für welche historischen Themen lassen sie sich begeistern?
- Wie schätzen junge Menschen ihr historisches Wissen ein? Sind sie der Meinung, dass man aus Geschichte lernen kann?
- Wie wird der Geschichtsunterricht bewertet und wie könnte er besser gestaltet werden?
- Welche Erfahrungen und Einstellungen haben Jugendliche zu Gedenkstättenbesuchen?
- Welche Gedenktage sind den Jugendlichen präsent?
- Exkurs: Gibt es mit Blick auf Deutschland noch ein Ost-West-Denken unter Teenagern?

## **Nation und Nationalität**

- Welche Rolle spielt Herkunft bzw. Nationalität für Jugendliche?
- Inwiefern oder in welchen Situationen identifizieren sich die Jugendlichen mit ihrer Nation?

- Woran unterscheiden Jugendliche Menschen unterschiedlicher Nationalitäten?
- Wie nehmen die Jugendlichen Migration und Vielfalt wahr?
- Spielt die Herkunft bei der Vergemeinschaftung eine Rolle?

## Flucht und Asyl

- Was weiß man über die Flüchtlingsthematik und wie steht man dazu? Wie sieht man diesbezüglich die Rolle Deutschlands?
- Wie kann aus Sicht der Jugendlichen Integration gelingen?

Die Auswahl dieser Vertiefungsthemen und Forschungsfragen erfolgte durch die Projektpartner. Folgende Übersicht zeigt die „Themenpatenschaften“ der einzelnen Institutionen und die Verteilung der Befragungszeit auf die Untersuchungsaspekte. Dabei wird deutlich, dass die Studie nicht wenige Themen stark in die Tiefe behandelt, sondern im Rahmen der zur Verfügung stehenden Befragungszeit ein inhaltlich breites Spektrum an jugendlichen Positionen eröffnen möchte.

## Themenpatenschaften der SINUS-Jugendstudie 2016



## 2.2 Methodische Vorgehensweise

Für die vorliegende qualitative Studie wurde mit Hilfe unterschiedlicher jugendgerechter methodischer Zugänge eine breite Vielfalt an Datenmaterial zusammengetragen. Bevor die einzelnen Methoden im Folgenden kurz erläutert werden, ein Hinweis zur Repräsentativität der Befunde.

Die Ergebnisse qualitativer Studien sind nicht im statistischen, wohl aber im psychologischen Sinne repräsentativ. Durch die Flexibilität des qualitativ-ethnologischen Forschungsansatzes mit non-direktiven Methoden und unbeschränkten Antwortmöglichkeiten der Gesprächspartner/innen wird eine hohe Inhaltsvalidität und Unverfälschtheit der Ergebnisse erreicht, ohne allerdings statistisch repräsentative Aussagen über Prozentverteilungen machen zu können. Ziel qualitativer Forschung ist es vielmehr, alle psychologisch wirksamen Einflussfaktoren bei einem Thema (z. B. Einstellungen, Erwartungen, Emotionen, Motive) offen zu legen und verstehend zu beschreiben. Im Unterschied zu quantifizierenden Methoden ist dafür bereits eine relativ kleine Stichprobe ausreichend.

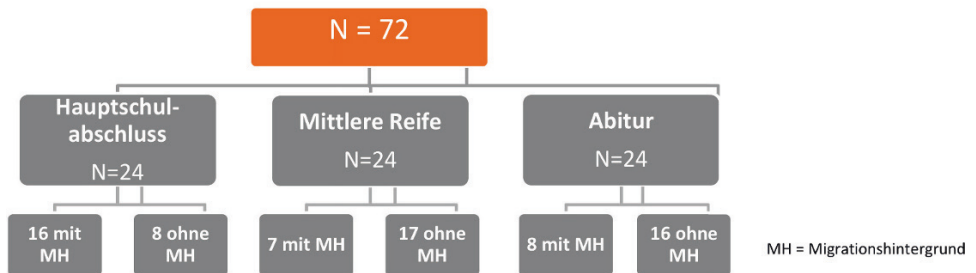
### 2.2.1 Qualitative Lebensweltexplorationen

Professionell geschulte Interviewer – alle unter 30 Jahre – haben für die vorliegende Studie 72 narrative Interviews (Einzelexplorationen) mit Jugendlichen im Alter von 14 bis 17 Jahren durchgeführt (Dauer: ca. 120 Minuten inkl. Fotodokumentation).<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Für die Befragung von Minderjährigen bestehen spezielle Richtlinien von Seiten der Branchenverbände der Markt- und Sozialforschung, an die sich das SINUS-Institut auch bei der jetzt abgeschlossenen Untersuchung verbindlich gehalten hat. Unter forschungsethischem Aspekt gelten bei der Befragung von Kindern und Jugendlichen dieselben Grundsätze wie bei Erwachsenen. So ist zum Beispiel vor dem Interview in jedem Fall auf die Freiwilligkeit der Teilnahme hinzuweisen und die Zustimmung zur anonymisierten Nutzung der Angaben einzuholen. Die Einwilligung in ein Interview darf bei Jugendlichen ab 14 Jahren von ihnen selbst entschieden werden. Dennoch wurde bei diesem Projekt kein Jugendlicher bzw. keine Jugendliche ohne vorherige schriftliche Einverständniserklärung eines Erziehungsberechtigten befragt. Alle angefragten Erziehungsberechtigten haben zugestimmt, in der Interviewsituation nicht unmittelbar anwesend zu sein. Die Anforderung, dass Methoden und Inhalte der Befragung der Zielgruppe angemessen sind, wurde von SINUS ebenso sichergestellt wie die altersgerechte Aufbereitung der Fragen im Interview-Leitfaden.

## Demografische Struktur der Stichprobe



- Quotierung erfolgte nach nächstem *angestrebtem* Schulabschluss
- Jeweils gleichmäßige Verteilung nach Geschlecht, Wohnort (Stadt/Land), Besuch Ganztags-/Halbtagschule

Die Interviews wurden im häuslichen Umfeld der Jugendlichen in der Zeit von Anfang Juli 2015 bis Ende Oktober 2015 deutschlandweit an folgenden Orten durchgeführt:

## Befragungsorte

1. Berlin
2. Cottbus und Umgebung
3. Leipzig und Umgebung
4. Halle a. d. Saale und Umgebung
5. Hamburg und Umgebung
5. Minden und Umgebung
7. Hannover und Umgebung
8. Köln und Umgebung
9. Aachen und Umgebung
10. Düsseldorf
11. Dortmund und Umgebung
12. Frankfurt a.M.
13. Heidelberg und Umgebung
14. Stuttgart und Umgebung
15. München und Umgebung



Teil der Explorationen waren dabei jeweils ...

- ein schriftliches „Hausarbeitsheft“, das die Jugendlichen im Vorfeld der Interviews bearbeitet haben;
- ein leitfadengestütztes narratives Interview (Dauer ca. 90 min);
- eine fotografische Dokumentation der Wohnwelt (Dauer ca. 30 min).

### **Zu der „Hausarbeit“ im Vorfeld des Interviews.**

Im Vorfeld der Interviews wurden die Befragten gebeten, ein „Hausarbeitsheft“ mit dem Titel „So bin ich, das mag ich“ auszufüllen. Diese Hausaufgabe erfüllte neben dem Gewinn von inhaltlichen Erkenntnissen auch den Zweck, Barrieren und womöglich Skepsis oder gar Ängste der Jugendlichen (und ihrer Eltern) im Vorfeld des Gesprächstermins abzubauen. In diesem „Hausarbeitsheft“ wurden leicht zu beantwortende Fragen zu Vorlieben und Interessen gestellt:

- Wofür interessierst du dich? Wofür interessierst du dich überhaupt nicht?
- Was hörst du gerne für Musik?
- Was sind deine Lieblingsfilme und/oder Serien?
- Was liest du gerne?
- Was ist für dich das wichtigste technische Gerät und warum?
- Was machst du damit? Wie nutzt du es?
- Was ist für dich das ideale Verkehrsmittel?
- Wie sieht bei dir ein ganz normaler Tag in der Woche aus?

Die Jugendlichen wurden zudem auch gebeten, Fragen nach wichtigen Dingen im Leben, Vorbildern und ihrer Zukunft zu beantworten:



- Was sind für dich die wichtigsten Sachen der Welt?
- Nenne eine erwachsene Person: a) deren Lebensgeschichte du dir gerne erzählen lassen würdest, b) von der du gerne etwas lernen würdest.
- Wie möchtest du später leben? Was machst du dann?
- Wie sieht für dich eine ideale Beziehung aus?

Zum Abschluss dieser Vorbefragung wurden die Jugendlichen gebeten, noch etwas zum Thema „Das gibt meinem Leben Sinn“ mitzuteilen. Dabei durften sie ihrer Kreativität freien Lauf lassen, z. B. etwas malen, Fotos einfügen, Bilder aus Zeitschriften, Zeitungen, Prospekten etc. ausschneiden und aufkleben oder ein paar Begriffe oder Gedanken aufschreiben.

### **Hintergründe zu narrativen Interviews.**

Bei den Explorationen wurde das aus der Ethnomethodologie adaptierte Verfahren des narrativen Interviews eingesetzt. Dieser methodische Ansatz hat den Vorteil, dass den Jugendlichen Raum gegeben wird, ihre Wahrnehmungen, Einstellungen und Meinungen in ihrer natürlichen Alltagssprache zu schildern und unbeeinflusst von strukturierenden Vorgaben all das zum Ausdruck zu bringen, was aus ihrer subjektiven Sicht von Bedeutung ist. Die Explorationen wurden zunächst als freies Gespräch geführt, so dass die Teilnehmenden viel Raum zur Selbstdarstellung und Selbstbeschreibung hatten. Um dennoch zu gewährleisten, dass alle für die Beantwortung der Forschungsfragen relevanten Aspekte im Verlauf des Interviews zur Sprache kommen, wurde ein Gesprächsleitfaden eingesetzt, der die Erhebungsthemen vorstrukturiert. Auf diese Weise konnten Interviewerinnen und Interviewer noch einmal gezielt Gesprächsimpulse zu einzelnen Aspekten setzen, die spontan nicht angesprochen wurden. Die Gespräche wurden nach vorheriger Absprache mit den Jugendlichen und deren Erziehungsberechtigten digital aufgezeichnet.

Die Interviews wurden durch verschiedene Elemente aufgelockert. Beispielsweise durch spielerische Methoden wie „Spiel des Lebens“, bei dem

## Aufgabe zum Werteuniversum der Befragten

**Auf dieser Seite siehst du Aspekte, die einem im Leben wichtig sein können. Bitte kreise alle Punkte ein, die dir wichtig sind. Streiche danach alle Punkte durch, die für dich überhaupt nicht wichtig sind.**

Teil einer Gemeinschaft sein	Anderere auch akzeptieren, wenn sie ganz anders sind	Gegen Ungerechtigkeiten Widerstand leisten	Mein eigenes Ding durchziehen	Auch mal riskante Sachen machen
Für Andere da sein		Mich so geben, wie ich bin	Immer neue Sachen ausprobieren	Auf eigene Faust in ferne Länder reisen
Anderen helfen, wenn es ihnen nicht so gut geht	Anderen auch mal die Meinung sagen, wenn es angebracht ist	Berufsmäßig das machen, was mir entspricht	Kreativ sein	
Sich an Andere anpassen	Möglichst schnell von zu Hause ausziehen			Mit Freunden Alkohol trinken
Gegenüber Freunden und Familie immer loyal sein	Viel im Leben lernen	In eine andere Stadt ziehen für das Studium oder den Beruf		Flirten
Eine feste Beziehung haben	Ein gutes Verhältnis mit meinen Eltern haben	Mich über Politik informieren	Mit meinen Freunden im Internet Zeit verbringen	Am Wochenende Feiern gehen
Treu sein	Ordentlich sein	Wissen, was ich wirklich will		Egal was, Hauptsache, es macht Spaß.
Meine Zukunft sicher planen	Sparen	Gute Noten in der Schule schreiben	Fleißig sein	
Die Wahrheit sagen	Eine eigene Familie gründen	Immer der Beste sein		
Mein Glaube an einen Gott (egal welcher Religion)	Mich an die Regeln halten	Anderen sagen, wo es langgeht.	Attraktiv aussehen	Mich von der grauen Masse abheben
Traditionen aufrecht erhalten	Dort bleiben, wo man aufgewachsen ist	Mir auch mal was Teures gönnen	Mich körperlich topfit halten	Videospiele spielen und Filme schauen
Beten	Meiner Familie keine Schande machen	Viel Geld verdienen	Meinen Eltern widersprechen	Über die aktuellen Trends in Mode und Musik informiert sein
Bescheiden sein		Ein luxuriöses Leben führen	Durch meine Klamotten auch mal auffallen	Dinge auch tun, obwohl sie verboten sind, einfach weil es Spaß macht

die Jugendlichen hypothetische Lebensalter erwürfeln und ihre Visionen für ihr Leben zum jeweiligen Zeitpunkt schildern konnten, oder durch die Vorlage von Skalen, auf der sie ihre Haltung zu einem Thema visuell darstellen konnten. Die Integration solcher Elemente ermöglicht zum einen die Aufmerksamkeitsfähigkeit über einen längeren Zeitraum aktiv zu halten. Zum anderen erlauben sie die teils komplexen Fragestellungen auf ein leichter fassbares Niveau zu reduzieren.

Zum Abschluss des Interviews wurde den Befragten eine Aufgabe zu ihrem „Werteuniversum“ vorgelegt. Nachdem die Jugendlichen die Aufgabe erfüllt hatten, wurde sie gemeinsam besprochen, um mögliche Mißverständnisse und Widersprüche zum bisherigen Interview auszuräumen.

### Zur fotografischen Dokumentation der jugendlichen Wohnwelten.

Zur Abrundung des Bildes von der privaten Lebenswelt wurden bei Befragten, die ihr Einverständnis dazu gegeben haben, die Jugendzimmer

fotografiert. Dabei wurde auch besonders auf „Hausaltäre“ geachtet (ein Arrangement, in dem persönlich bedeutungsvolle Gegenstände ausgestellt werden). Diese Wohnbilder sind eine wichtige Informationsquelle zur (lebenswelttypischen) Alltagsästhetik der Jugendlichen.

## 2.2.2 Qualitative Peer-to-Peer Interviews

Wenngleich der Interviewerstamm aus durchweg eher jungen Sozialwissenschaftler/innen (alle waren jünger als 30 Jahre, der Großteil unter 25 Jahre) bestand, wurden für die vorliegende Studie auch einige Interviews von Teenagern selbst durchgeführt (Stichwort „Participatory Youth Research“). Hierfür wurden sechs Jugendliche über ein professionelles Felddienstleistungsstudio rekrutiert (drei Jungen und drei Mädchen mit unterschiedlichen Bildungshintergründen). Die Jugendlichen waren zum Zeitpunkt der Datenerhebung zwischen 14 und 17 Jahre alt (wie ihre Interviewpartner/innen). Sie wurden von Mitarbeitern des SINUS-Instituts in einem halbtägigen Workshop zum Projekt gebrieft und in Interview-Techniken geschult. Die Jugendlichen sollten bewusst nicht mit dem gleichen Themenkatalog Interviews durchführen, den das SINUS-Institut für die professionellen Interviewer erstellt hatte, sondern einen eigenen Leitfaden entwickeln. Hierfür wurde den Jugendlichen für verschiedene Schwerpunktthemen der vorliegenden Studie lediglich ein Stichwort genannt. Zu diesem Stichwort haben sie sich dann eigenständig Fragen überlegt, die sie dann dem besten Freund oder der besten Freundin gestellt haben. Die Stichworte lauteten: Beziehung/Partnerschaft, Gott, Auto, Öffentlicher Nahverkehr, Flüchtlinge, Deutschland, Lernen mit digitalen Medien, Ich im Internet sowie Freunde & Feinde.

Ein solcher Peer-to-Peer-Ansatz ist aus zweierlei Gründen interessant:

- Es ist inhaltlich reizvoll, Interviews zwischen Jugendlichen führen zu lassen, um mehr über sehr jugendspezifische Themen (z. B. Gaming, Musik etc.), sehr sensible Themen (z. B. Liebesbeziehungen, political correctness) oder „neue“ Themen (z. B. im Sinne von Trendscouting) erfahren zu können. Die Jugendlichen werden sozusagen als Expertinnen und Experten ihrer eigenen Generation herangezogen.



Dadurch ergibt sich im besten Fall zudem ein Empowerment-Effekt: Wenn Jugendliche als Expertinnen und Experten ihrer eigenen Lebenswelt ernst genommen werden, kann dies zu einer Steigerung ihres Selbstbewusstseins, ihres Selbstwertgefühls und ihrer Eigenständigkeit führen. Für ihren aktiven Beitrag zur vorliegenden SINUS-Jugendstudie erhielten die jugendlichen Interviewer einen Tätigkeitsnachweis für ihre biografischen Unterlagen (das ist z. B. mit Blick auf Bewerbungen interessant) und – ebenso wie die erwachsenen Interviewer – ein Honorar.

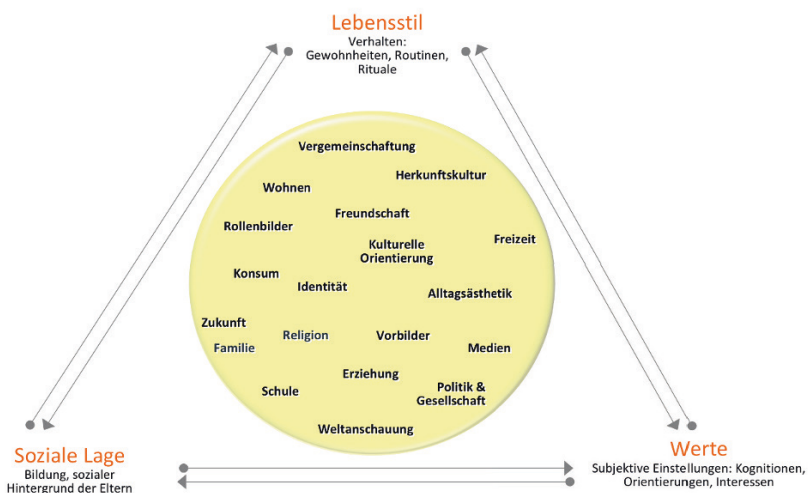
Die Befunde der von den Jugendlichen geführten Interviews sind in die inhaltsanalytische Auswertung der Studie eingebunden worden. An einigen Stellen dieses Buches finden sich zur Illustration der Ergebnisse Auszüge aus den Dialogen zwischen Jugendlichen sowie Abdrucke ihrer persönlichen Fragebögen.

## 2.3 Systematik der Modellierung des SINUS-Lebensweltenmodells

Das SINUS-Modell für die Lebenswelten der 14- bis 17-jährigen wurde auf Basis der qualitativen Interviews entwickelt. Die Interviews wurden nach der Methode der hermeneutischen Textinterpretation inhaltsanalytisch ausgewertet. Dabei wurden alle für die Alltagswirklichkeit der Jugendlichen relevanten Bereiche unter die Lupe genommen.

Ziel der aktuellen Studie war es, zu überprüfen, ob das im Jahr 2012 entwickelte Lebensweltmodell weiterhin Bestand hat, oder ob Anpassungen notwendig geworden sind. Die methodische Herangehensweise hat sich gegenüber der Vorgängerstudie nicht geändert. Bei der Profilierung der Lebenswelten wurden neben der formalen Bildung insbesondere die Wertorientierungen, Lebensstile und ästhetischen Präferenzen in den Blick genommen, weil diese Merkmale in einer hochindividualisierten Gesellschaft soziale Zugehörigkeit maßgeblich prägen. Letztlich könnte man hier auch von „sozialen Milieus“ sprechen. Da aber die Entwicklung

### Bausteine der Lebensweltanalyse



und Ausformung der soziokulturellen Kernidentität bei 14- bis 17-Jährigen noch nicht abgeschlossen ist, weil viele der im Leben zentralen Übergangsstadien (Berufswahl und Erwerbseinstieg, feste Partnerschaft, eigenverantwortliches Wohnen etc.) noch bevorstehen, ist der Lebenswelten-Begriff der treffendere. Dabei handelt es sich um real existierende Gruppierungen mit gemeinsamen Sinn- und Kommunikationszusammenhängen in ihrer Alltagswelt, mit vergleichbaren handlungsleitenden Konzepten des im Leben Wertvollen und Wichtigen sowie ähnlichen Vorstellungen von Lebensqualität und Lebensweise.

Die qualitative Analyse der Alltagswelten in der Alterskohorte der 14- bis 17-Jährigen zeigt, dass sich das Wertespektrum Jugendlicher weiterhin mit drei zentralen Grundorientierungen – traditionell, modern und postmodern – beschreiben lässt: Die traditionelle Grundorientierung steht für Werte, die sich an „Sicherheit und Orientierung“ ausrichten. Der modernen Grundorientierung liegen Werte zugrunde, die auf „Haben und Zeigen“ sowie auf „Sein und Verändern“ abzielen. Die postmoderne Grundorientierung bündelt die Wertedimensionen „Machen und Erleben“ und „Grenzen überwinden und Sampeln“.

Diese normativen Grundorientierungen sind dabei nicht als getrennte bzw. trennende Kategorien zu verstehen. Die Werthaltung Jugendlicher folgt heute weniger einer „Entweder-oder-Logik“ als vielmehr einer „Sowohl-als-auch-Logik“. Charakteristisch ist eine Gleichzeitigkeit von auf den ersten Blick nur schwer vereinbaren Werthaltungen. Trotz der großen Bedeutungszuschreibung an postmoderne Werte orientieren sich Jugendliche in postmodernen Lebenswelten beispielsweise auch an traditionellen Werten – wenn auch in deutlich geringerem Maße als Jugendliche in traditionellen Lebenswelten. So möchte man „hart feiern“, gleichzeitig aber auch „hart arbeiten“ und zu den Besten in der Klasse zählen. Man möchte flexibel und frei, dabei gleichzeitig aber auch sicher sein. Annähernd alle wollen die Gegenwart genießen, verlieren dabei aber nicht die Zukunft aus den Augen. Um solchen postmodernen Wertesynthesen im Lebensweltenmodell grafisch Rechnung zu tragen, sind in der folgenden Abbildung die zentralen Wertorientierungen (traditionell, modern, postmodern) mit heller und dunkler werdenden

Farbverläufen hinterlegt. So wird bildlich erkennbar, dass sich „Wertefelder“ überlappen.

Zum besseren Verständnis der Werte-Achse im SINUS-Modell und zur Illustration des breiten Wertespektrums der Jugend dienen die Übersichten auf dieser und der folgenden Seite. In der ersten Übersicht sind den einzelnen Achsenabschnitten typische Werte zugeordnet, die aus den Erzählungen der Jugendlichen herausdestilliert werden konnten. Die zweite Übersicht enthält wörtliche Passagen aus den Interviews dieser Studie zur Veranschaulichung.

Ausgehend von den typischen Vorstellungen, was wertvoll und erstrebenswert im Leben ist/sein könnte, wurden Jugendliche zusammengefasst, die sich in ihren Werten, ihrer grundsätzlichen Lebenseinstellung und Lebensweise sowie in ihrer sozialen Lage ähnlich sind. Hier zeigt sich, dass das im Rahmen der Vorgängerstudie entwickelte Lebensweltenmodell stabil ist. Auch in der Studie 2016 konnten wieder folgende Lebenswelten identifiziert werden: Konservativ-Bürgerliche,

## Werte-Achse des SINUS-Lebensweltenmodells – typische Werte

Heimat	Geld	Verantwortung	Spaß	Flexibilität
Gemeinschaft	Luxus	Solidarität	Abenteuer	Mobilität
Treue	Erfolg	Toleranz	Freiheit	Experimentierfreude
Ordnung	Berühmtheit	Natur	Entertainment	Einzigartigkeit
Sicherheit	Attraktivität	Nachhaltigkeit	Aggressivität	Veränderung
Familie	Fashion	Gerechtigkeit	Abwechslung	Spontaneität
Zugehörigkeit	Professionalität	Demokratie	Freizügigkeit	Kreativität
Bescheidenheit	Leistung	Bildung	Mut	Unabhängigkeit
Sparsamkeit	Prestige	Natürlichkeit	Ehrgeiz	Risiko
Pflichtbewusstsein	Karriere	Protest	Fitness	Exotik
Respekt		Widerspenstigkeit	Trends	
Glaube		Gesundheit		
Fleiß				
Nächstenliebe				
Zuverlässigkeit				
<i>Sicherheit &amp; Orientierung</i>	<i>Haben &amp; Zeigen</i>	<i>Sein &amp; Verändern</i>	<i>Machen &amp; Erleben</i>	<i>Grenzen überwinden &amp; Sampling</i>
<b>traditionell</b>				
<b>modern</b>				
<b>postmodern</b>				

## Typische Zitate zur Illustration der Werte-Achse im SINUS-Modell

- Dinge, die mir wichtig sind: für Andere da sein. Gegenüber Freunden und Familie immer loyal sein. Treu sein. Die Wahrheit sagen. Mein Glaube an Gott.
- In mir drin ist auch so ein Herz so mit Bescheidenheit.
- Wichtig ist, sich keine Sorgen machen zu müssen, zum einen wegen der Geldnot. Und sein Leben sicher zu wissen.
- Es ist schon schön, dass hier alles so geordnet und gepflegt ist, und wenn man durch die Straßen läuft, ist alles gemäht und sauber.
- Ich möchte später in einem schönen Haus wohnen, mit meiner Familie und einem guten Job.
- Also wenn ich sehe, das Gehalt von meinem Ehemann reicht für uns beide aus, (...) dann würde ich es eher bevorzugen, zu Hause zu sein.
- Ich gehe meistens auch zur Gemeinde bei uns im Dorf, die Kirche, die gleich um die Ecke ist.
- Mein Geschmack ist wie bei allen anderen auch.
- Die drei wichtigsten Sachen: Mich so geben, wie ich bin. Mir auch mal was Teures gönnen. Viel Geld verdienen. Meiner Familie keinen Schaden machen.
- Eigentlich bin ich mir nur selber wichtig. Und dass ich alles bestens hinkriege. Ich möchte auf jeden Fall etwas richtig, richtig Großes schaffen.
- Mit 35 möchte ich ein schönes Auto. Einen Mercedes, einen schönen CLS.
- Also, wenn es klappt, dann bin ich mit 25 Fußballprofi.
- Ich mag schon lieber Markensachen als H&M.
- Ich gebe mein Geld nur für Schminke aus, für Klamotten und (...) Pflege.
- Sei du selbst die Veränderung, die du dir für diese Welt wünschst, also das finde ich schon eigentlich gut.
- (...) wenn jemand einen Becher wegschmeißt, ich so: Heb den blitze auf oder gib ihn mir, ich schmeiß den in den Müll.
- Also ich mag es so Reden zu halten, Leute zu überzeugen, auch gerade „Jugend debattiert“, oder ich bin ja auch Schülersprecherin.
- (...) dass man halt ein freieres Leben hat, auch dass man nicht so sehr von der Gesellschaft beeinflusst wird, finde ich ganz interessant.
- Und dass ich halt auch etwas mache, das Spaß macht, auch im Beruflichen und nicht nur, keine Ahnung, wo man gut verdient oder was alle machen.
- Tierschutz ist mir schon am wichtigsten. Und Menschenrechte auch.
- Zukunft sicher zu planen, mag ich gar nicht, weil ich eben total spontan bin und es gerne mag. Entscheidungen sehr kurzfristig zu treffen.
- Es ist (...) wichtig, im Jetzt zu leben und nicht ständig nur vorzusuplanen. (...) Man sollte die Dinge so nehmen, wie sie kommen.
- Feiern gehen am Freitag- oder Samstagabend. Und wenn keine Klausuren anstehen vielleicht auch an beiden Abenden.
- Meine Freunde sagen, dass ich sehr durchgeknallt bin, dass ich öfter mal was mache, wenn jemand sagt, du traust dich nicht.
- Ich liebe verreisen. Auch super gerne weltweit.
- Hip-Hop ist für mich, dass man den Lifestyle auch lebt, von dem gesungen wird.
- Ich finde es wichtig, die eigene Komfortzone zu verlassen.
- Ich bin jetzt nicht der, der den Geschmack hat wie viele andere hier auch. Ich bin jemand, der ein bisschen aus der Reihe tanzt.
- Ich möchte sein und mein Leben so führen, wie ich das möchte.
- Ich bin sehr eigenwillig, und ich wollte einfach nie das, was meine Eltern wollten.
- Wenn man so alleine wohnen kann und selber mit den Sachen umgeht und immer machen kann, was man will.
- Ich wäre gern eine gute Mutter, also nicht so eine überstrenge, aber doch eine gute Mutter. Ich möchte auch nicht so langweilig sein. Ich wäre nicht gern nur – in Anführungsstrichen – eine Hausfrau, die den ganzen Tag nur zu Hause ist und ab 30 nicht mehr feiern geht.

Sicherheit &amp; Orientierung

Haben &amp; Zeigen

Sein &amp; Verändern

Machen &amp; Erleben

Grenzen überwinden &amp; Sampling

traditionell

modern

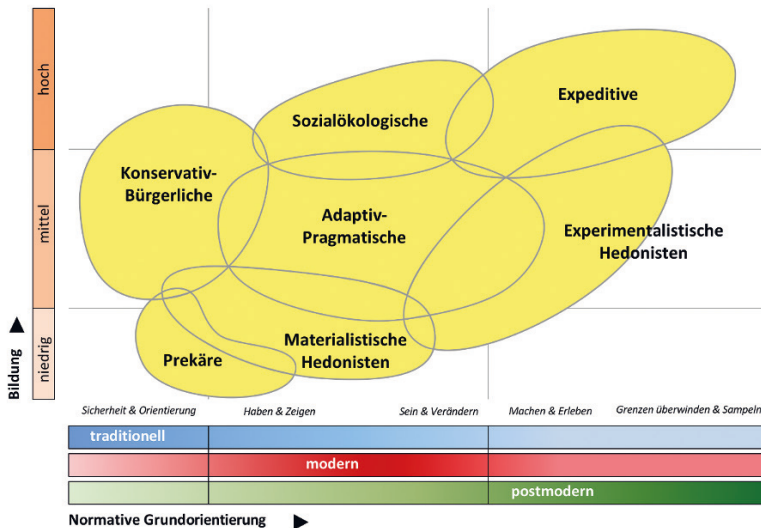
postmodern

Adaptiv-Pragmatische, Sozialökologische, Prekäre, Materialistische Hedonisten, Experimentalistische Hedonisten, Expeditiv.

Die nachstehende Grafik positioniert diese Lebenswelten in einem an das bekannte SINUS-Milieumodell angelehnten zweidimensionalen Achsen-system, in dem die vertikale Achse den Bildungsgrad und die horizontale Achse die normative Grundorientierung abbildet. Je höher eine Lebenswelt in dieser Grafik angesiedelt ist, desto gehobener ist die Bildung; je weiter rechts sie positioniert ist, desto moderner im soziokulturellen Sinn ist die Grundorientierung.



## SINUS-Modell für die Lebenswelten der 14-17-Jährigen



## 2.4 Systematik der Quantifizierung des SINUS-Lebensweltenmodells

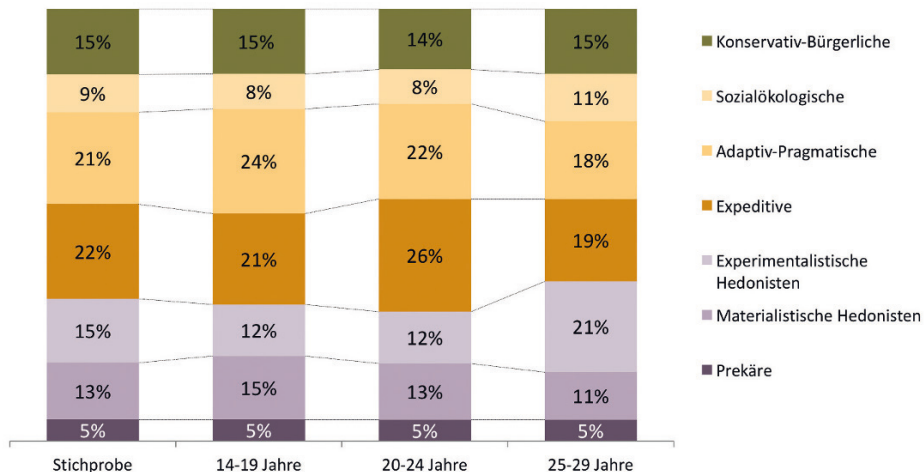
Nicht aus der durchgeführten Studie zu beantworten ist die Frage, wie groß die auf qualitativer Basis identifizierten Lebenswelten der 14- bis 17-Jährigen exakt sind. Hierfür bedarf es einer repräsentativen Breitenerhebung sowie eines statistischen Instruments zur Diagnose der Lebensweltzugehörigkeit – einen sogenannten „Lebensweltenindikator“. Ein solcher Indikator beinhaltet Statements, die die typischen Werthaltungen der einzelnen Lebenswelten repräsentieren und damit auch die Grenzen zwischen den Gruppen rekonstruierbar machen. Dabei haben sich Aussagen am besten bewährt, die Grundüberzeugungen der Befragten erfassen oder alltäglich wirksame Motive diagnostizieren. Kriterium für die Auswahl solcher Statements ist ihre Differenzierungskraft, d. h. ihre Eignung, die verschiedenen Lebenswelten optimal zu trennen.

Die quantitative Überprüfung eines Lebensweltenmodells erfolgt im Wechselschritt zwischen Theorie und Empirie:

- ❶ Das hypothetische Ausgangsmodell wird über den Lebensweltenindikator quantitativ nachmodelliert.
- ❷ Inkonsistenzen zwischen Theorie und Empirie führen zu einer Überarbeitung des hypothetischen Modells.
- ❸ Das überarbeitete Modell wird wieder quantitativ nachmodelliert, usw.
- ❹ Dieser iterative Prozess wird so lange durchgeführt, bis sich das theoretische Modell in ausreichendem Maß quantitativ verifizieren lässt.

Um eine zuverlässige lebensweltliche Verortung durchführen zu können, müssen alle Indikator-Statements in einer Repräsentativerhebung der jungen Generation beantwortet werden. Auf dieser Basis werden die Befragten anhand eines Wahrscheinlichkeitsmodells mit Hilfe einer speziell adaptierten Form der Clusteranalyse den Lebenswelten zugeordnet. Dies geschieht, indem für jede Gruppe eine spezifische Verteilung von

## Lebensweltliche Struktur der jungen Alterskohorten im Vergleich



Antwortwahrscheinlichkeiten über alle Indikator-Items bestimmt wird (Normprofile). Die Lebensweltklassifikation von neuen Fällen erfolgt dann nach Ähnlichkeit der individuellen Antwortmuster mit dem Wahrscheinlichkeitsmodell, entsprechend der Logik des Profilvergleichs.

Eine solche quantitative Lebensweltanalyse für die Altersgruppe der 14- bis 17-Jährigen steht bislang noch aus. Im Jahr 2013 erfasste das SINUS-Institut aber die Lebenswelten der 14- bis 29-Jährigen repräsentativ (auf Basis von 2.000 Online-Interviews). In der beistehenden Grafik sind die Anteile der Lebenswelten in vordefinierten Altersgruppen der Unter-30-Jährigen ausgewiesen. Diese Daten erlauben ein näherungsweise Bild über die Größenverhältnisse der verschiedenen Lebenswelten der Teenager.

**Open Access** Dieses Kapitel wird unter der Creative Commons Namensnennung - Nicht kommerziell 2.5 International Lizenz (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/deed.de>) veröffentlicht, welche für nicht kommerzielle Zwecke die Nutzung, Verbreitung und Wiedergabe in jeglichem Medium und Format erlaubt, sofern Sie den/die ursprünglichen Autor(en), den Titel des Werks und die Quelle ordnungsgemäß nennen, einen Link zur Creative Commons Lizenz beifügen und im Falle einer Abwandlung durch einen entsprechenden Hinweis deutlich erkennbar machen, dass Änderungen vorgenommen wurden.

Die in diesem Kapitel enthaltenen Bilder und sonstiges Drittmaterial unterliegen ebenfalls der genannten Creative Commons Lizenz, sofern sich aus der Abbildungslegende nichts anderes ergibt. Sofern das betreffende Material nicht unter der genannten Creative Commons Lizenz steht und die betreffende Handlung nicht nach gesetzlichen Vorschriften erlaubt ist, ist auch für die oben aufgeführten nicht-kommerziellen Weiterverwendungen des Materials die Einwilligung des jeweiligen Rechteinhabers einzuholen.